De zin en onzin van kekke pakketten

22-06-2015 10:37

Elf procent van de consumenten is volledig in z'n nopjes als het gaat om de verpakking van zijn online aankoop. En dat terwijl de retailer hiermee belangrijke punten kan scoren. Het openen van een pakket is immers de eerste tastbare ervaring van de shopper met zijn merk. Productverpakker Shorr zet met deze infographic een aantal belangrijke feiten op een rij.